

旅游管理业基本情况分析

刘翀

根据《上市公司行业分类指引》(2012年修订版),旅游管理业所属行业为“L租赁和商务服务”大类下的“L72商务服务业”小类;根据《国民经济行业分类》(GB T4754-2011),旅游管理业所属行业为“L72商务服务业”大类下的“L727旅行社及相关服务”中类下的“L7272旅游管理服务”小类。

(一) 行业监管情况

我国对旅游行业的管理采取政府部门监管和行业自律相结合的方式。国家旅游局是我国旅游行业的国家监督管理机构,省、自治区和直辖市的旅游局(委)是地方旅游行业的主管部门。各级旅游行政管理部门按照统一领导、分级管理的原则,对旅游从业者进行监督和管理。作为国务院主管旅游工作的直属机构,国家旅游局的主要职能是:研究拟定旅游业发展的方针、政策和规划;协调各项旅游相关政策措施的落实,保证旅游活动的正常运行;研究拟定国际旅游市场开发战略;培育和完善的国内旅游市场;组织旅游资源的普查工作;研究拟定旅游涉外政策;制订旅游从业人员的职业资格制度和等级制度并监督实施等。各地方旅游局是当地旅游工作的行业归口管理部门,受同级地方政府和上一级旅游局的双重领导,并以地方政府领导为主。中国旅游协会是旅游行业的自律性组织,是由中国旅游行业的有关社团组织和企事业单位在平等自愿基础上组成的全国综合性旅游行业协会。

(二) 行业政策法规

旅游业具有资源消耗低、带动系数大、就业机会多、综合效益好等特点,是国家重点发展产业。2009年12月,《国务院关于加快旅游业发展的意见》正式出台,首次将旅游业定位于“国民经济的战略性支柱产业”。2013年初起,又相继出台《国民旅游休闲纲要》、《中华人民共和国旅游法》、《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》等重磅政策,这些政策的相继实施将从根本上解决包括带薪休假等长期制约旅游业发展的矛盾问题,为推动我国旅游业持续健康发展提供法律保障,有利于进一步扩大旅游消费、激活国内旅游市场,有利于旅游业转

型升级以及旅游企业的做大做强。目前对本公司业务的开展较为重要的法律法规和政策如下:

名称	发布时间	发布人	与行业发展有关内容
《国务院关于加快发展旅游业的意见》	2009年12月	国务院	以人性化服务为方向,提升从业人员服务意识和水平。以品牌化为导向,鼓励专业化旅游管理公司推进品牌连锁,促进旅游服务创新。以标准化为手段,健全旅游标准体系,抓紧制定并实施旅游环境卫生、旅游安全、节能环保等标准,重点保障餐饮、住宿、厕所的卫生质量。以信息化为主要途径,提高旅游服务效率。积极开展旅游在线服务、网络营销、网络预订和网上支付。
《旅游服务质量提升纲要(2009-2015)》	2009年3月	国家旅游局	旅游行业将从提升旅游目的地质量、提升旅游企业服务质量、提升旅游行业自律水平、提升国民旅游素质等方面,完善提升旅游服务质量体系;实施以旅游品牌创建工程、旅游质量主题活动工程、旅游标准化示范工程、旅游人才培养工程、旅游服务质量评价工程、旅游信息化工程、导游服务质量提升工程为重点的旅游服务质量提升工程;从完善相关法规制度和政策、加强组织协调和政策激励、加强旅游服务质量监管、大力推进体制机制创新。
《全国旅游标准化发展规划(2009-2015)》	2009年4月	国家旅游局	确定旅游标准化工作的主要任务,要完善旅游标准体系,引领规范行业发展;加大标准制修订力度,拓展标准覆盖领域;创新标准化运行机制,转变标准实施方式;实施标准化示范工程,培育优质旅游品牌;参与国际标准化工作,提升旅游国际化水平;建立标准化信息平台,提高旅游公共服务水平。
《中华人民共和国旅游法》	2013年4月	国家主席	旅游经营者不得以不合理低价组织旅游活动,不得指定具体购物场所,不得安排另行付费项目,不得要求导游垫付或者收取费用,不得拖欠导游工资或者服务费。导游、领队不得擅自变更旅游行程或者中止服务活动,不得向旅游者索取小费,不得诱导、欺骗、强迫旅游者购物或者参加另行付费项目。
《国民旅游休闲纲要(2013-2020年)》	2013年2月	国务院	到2020年,基本落实职工带薪年休假制度,要保障休闲时间,改善休闲环境,推进国民旅游休闲基础设施建设,完善国民旅游休闲公共服务。

《关于金融支持旅游业加快发展的若干意见》	2012年2月	人民银行等七部委	指出要加强和改进旅游业金融服务,合理调配金融资源,创新金融工具和产品,支持和推进旅游业科学发展和转型升级。加强和改进旅游业的信贷管理。各银行业金融机构创新发展符合旅游业特点的信贷产品和模式,确保符合条件的旅游企业获得方便、快捷的信贷服务,加大对小型微型旅游企业和乡村旅游的信贷支持。
《关于促进旅游业改革发展的若干意见》	2014年8月	国务院	实施中国旅游商品品牌建设工程,重视旅游纪念品创意设计,提升文化内涵和附加值,加强知识产权保护,培育体现地方特色的旅游商品品牌。传承和弘扬老字号品牌,加大对老字号纪念品的开发力度。整治规范旅游纪念品市场,大力发展具有地方特色的商业街区,鼓励发展特色餐饮、主题酒店。
产业结构调整指导目录(2011年本)(2013年修正)	2013年3月	发改委	将“休闲、登山、滑雪、潜水、探险等各类户外活动用品开发与营销服务;乡村旅游、生态旅游、森林旅游、工业旅游、体育旅游、红色旅游、民族风情游及其他旅游资源综合开发服务;旅游基础设施建设及旅游信息服务;旅游商品、旅游纪念品开发及营销”等相关产业作为鼓励类产业。

(三) 行业现状及前景

1、行业基本概况

当前全国很多旅游景区的服务行业从业者,由于彼此间恶性竞争或者交通不便等原因,各自分散经营,相互合作少。对于游客而言,消费成本高,致使旅游市场发展面临着尴尬瓶颈。同时,旅游业的发展已经开始从劳动密集型向资本技术密集型转变,从资源驱动向创新驱动转变,这一转变必然引起旅游产业链条的延伸,要求旅游行业相关从业者从单一的“吃、游”向“吃、住、行、游、购、娱”横向延伸,从满足单纯的游览需求向专业和多样化需求的纵向延伸,以应对旅游业总量和结构上深刻变化所带来的挑战。由于我国旅游产业品牌化、多样化进程缓慢。国内旅游行业在品牌化多样化方面优势不足,尽管一些旅游景区已经在挖掘自身文化内涵、细化景观设计、更新服务理念、扩大延伸旅游服务层次方面进程缓慢,仍面临产品重复性高、专业化和多样性服务水平低的问题,导致对“门票旅游经济”的严重依赖。

2、行业发展状况及前景

中国是人口众多的国家，拥有潜力巨大的客源市场。据世界旅游组织预测，至 2020 年，中国将成为世界第一大旅游目的地和第四大客源市场。届时我国城乡居民年人均出游 4.5 次，市场规模超过 60 亿人次，居民旅游总消费额将达到 5.5 万亿元。预计到 2030 年，我国旅游总消费额将超过 11 万亿元。

自上世纪 90 年代中期以来，随着我国经济的快速发展以及居民可支配收入的增加，我国居民出游人数及出游率增长较快。截至 2014 年，我国国内游客出游人次已达 36.11 亿人次，相比 2013 年的 32.62 亿人次，增长 9.66%。北京地区国内游客出游人次为 2.57 亿人次，同比增长 3.8%。全国入境游客 1.28 亿人次，相较 2013 年的 1.29 亿人次略有下降，北京地区入境游客人次为 427.5 万人次，同比下降 5%。



数据来源：北京市旅游发展委员会、国家统计局、国家旅游局

在旅游人数不断增长的同时，我国国内旅游消费也出现了较为稳定的增势，2014 年，我国国内旅游总消费达到了 30,311.90 亿元。相较入境游客人数的下降，国际旅游外汇收入总额却有所增长。2014 年国际旅游外汇收入为 569.10 亿美元，2013 年为 516.63 亿美元，增长 10.16%。国内游客人均消费水平继续攀升，增速稍有放缓。



数据来源：北京市旅游发展委员会、国家统计局、国家旅游局

（四）进入行业的主要障碍

1、业务资源壁垒

作为一家旅游产业平台公司，从事公司现有业务不但需要具备多个领域的合作方资源和业务储备，而且对从事本行业的合作者资源开拓和整合能力具有极高的要求。在旅游地产方面，基于自然景观本身的天然垄断地位，具有地理优势的旅游地产项目本身具有一定的稀缺性；旅行社及游客资源方面，由于所处行业的竞争激烈程度，该行业的从业者更倾向于选择具备较高服务质量及提供较为丰富产品、服务类别的合作方进行合作以提升其自身的竞争能力；商铺经营者方面，不但需要具备传统行业的从业技能，同时也需要具备良好的合作意识和对合作模式的认可程度及前瞻性。因此选择和开拓优质合作资源的难度为进入该领域的企业提出了较高的要求。

2、业务人才壁垒

业务的开展，需要依赖执行各类业务的具体人员，由于公司从事业务的创新性和涉及业务类别的多样性，要求从事此类业务的公司具备与公司业务相符的岗位和对应的专业人员。以保证能够形成从项目研究策划到项目及商户和游客资源

的拓展开发再到项目整体管理运营等不同阶段的完整的业务链条。同时也需要具备与旅游产业、营销策划、项目管理等不同业务岗位相匹配的专业能力。对于一般的企业，也较难组织形成完整的业务团队。

3、模式成熟度及运营经验壁垒

旅游产业平台的运营管理的效率，取决于对现有业务各环节筹备的充分程度，以及项目的运作经验的积累。从项目开发到具体操作实施运营，整体的流程较长涉及的环节较多，在不同环节需要准备完整的实施计划与实施方案作为各环节具体工作的直接依据；只有通过项目实际实施过程，才能实现工作熟练程度，并不断发现需要调整的问题进行修正和补充，确保运营效率和质量。作为一项新兴经营模式，业务体系的塑造和管理经验的取得，需要企业进行较长时间的摸索和实践。

（五）影响行业发展的有利因素和不利因素

1、影响本行业发展的有利因素

（1）国家产业政策鼓励支持

国务院在 2009 年已推出《国务院关于加快发展旅游业的意见》，提出“以人性化服务为方向，提升从业人员服务意识和服务水平。以品牌化为导向，鼓励专业化旅游管理公司推进品牌连锁，促进旅游服务创新。”自该项政策推出以来，后续出台的各项规划及发展纲要，均将提升服务管理及服务创新作为旅游业发展的主要目标。综合旅游管理平台作为一种通过统一品牌塑造、服务标准和运营管理提高旅游服务水平的创新型模式，符合国家的政策导向。

（2）旅游行业整体市场前景巨大

中国是人口众多的国家，拥有潜力巨大的客源市场。据世界旅游组织预测，至 2020 年，中国将成为世界第一大旅游目的地和第四大客源市场。随着中国公民富裕程度的逐步提高，旅游消费逐渐成为一种主要的生活方式。中国过去十年来 GDP 稳健长，2004-2014 年年复合增长率达 14.8%。虽然投资占比仍然较高，但中国已逐渐转型为消费导向模式，以支撑其经济增长。据 Euromonitor 的数据显示，中国 2013 年消费占 GDP 比重仅 35.8%，低于美国的 67.1%、德国的 54.4%，

以及日本的 59.5%。考虑目前中国消费的 GDP 占比偏低，未来仍具有大幅增长的空间，旅游行业整体也将因此而受惠。

（3）旅游服务规范化需求迫切

虽然我国旅游市场庞大，但国内旅游服务的配套设施规范化的发展相对跟不上旅游消费者的扩大的步伐，传统旅游行业从业者，在自身从事的旅游服务产品产出领域具有一定的比较优势，但是在其他资源的结合上缺少经验和资源。导致旅游服务标准化、规范化水平较低，主要表现在：市场定价不规范。买卖双方市场存在信息不对称；部分服务商户定价随意。服务标准不统一。旅游消费活动链条多，一旦出现合同条款不明晰、各项活动安排服务标准和责任界限模糊。提供服务的商户以个体经营者居多，迫于生存压力，缺乏长远规划和品牌建设的需求和能力。基于上述的各项问题，单纯依靠监管限制并不能长久提高相关从业者进行提高改善的自发意识和积极性，为催生综合旅游管理平台提供了肥沃的土壤。

（4）交通网络建设更为完善

根据《中国铁路中长期规划》，到 2020 年我国将建成“四纵四横”的高速铁路框架，全国铁路营业里程达到 12 万公里，覆盖全国 90%以上人口。根据《国家高速公路网规划》，国家高速公路网总规模约 8.5 万公里，覆盖 10 多亿人口；国家高速公路网将连接全国所有的省会城市、83%的 50 万以上人口的大型城市和 74%的 20 万以上人口的中型城市，连接全国所有重要的交通枢纽城市。航空方面，根据《全国民用机场布局规划》，至 2020 年，全国民用机场总数将达 244 个，航线也会大大增加。高速交通体系的不断完善，将大大增加全国各旅游目的地的通达性，拓展旅游者的旅游距离以及各地旅游产业的发展空间。

（5）信息技术发展迅速

信息技术的发展，正从方方面面改变着我们的生活形态,也改变着旅游业的运作方式以及旅游者的消费习惯和模式。从旅行目的地的选择、行程规划、预订、出游、游后评价等一系列旅游消费链条来看，无不穿插着现代信息技术的身影，尤其在互联网、移动互联网快速发展之后。我们认为信息技术主要从两方面推动旅游业发展:一方面是“智慧旅游”助力旅游基础设施建设,另一方面是便捷了消费者的旅游消费、从而进一步刺激了旅游需求。

2、影响本行业发展的不利因素

（1）旅游城市环境因素

中国旅游研究院历年发布的《全国游客满意度报告》及 2014 年 10 月发布《中国入境旅游发展年度报告 2014》空气质量等城市环境问题日益对游客满意度产生重要影响。从发展趋势而言，天气环境等因素的加入使得旅游发展环境越来越复杂，特别是雾霾天气成为旅游的主要影响因素之一。

旅游交通是城市交通不可或缺的一部分，尤其对于北京这样的旅游城市。北京市区旅游资源分布不均，在旅游交通规划方面投入较少，各个景区客流量不均衡，局部地区过于饱和。旅游季节，交通拥堵现象尤其严重，旅游效率低，游览效果不好。

（2）部分从业者的服务质量破坏整体口碑

有关研究表明，旅游业服务产业的特性使游客在消费过程中面对更多的风险知觉。因此使游客建立正面口碑评价就显得尤为重要。当游客持有对旅游目的地正面评价时会称赞该旅游目的地增加重游几率并对该旅游目的地产生一定的个体偏好，反之当游客对旅游目的地负面口碑评价时不仅会从根本上杜绝该地的重游同时也会以口碑传播的方式影响自己周围的不同个体和群体这对旅游目的地的形象及未来的发展会造成重大的损害。基于旅游景区的共生形象特性，如果部分从业者的服务质量较差，会对周边相关从业者的经营产生不利影响。